

水杯自爆崩断门牙 女子告宜家索赔百万

宜家：爆裂玻璃杯不是我们卖的

本报讯(记者 洪雪)王女士使用宜家一款名为斯黛纳的玻璃水杯喝水时,水杯突然爆裂,致其当场昏迷,送医后下唇缝合4针,一颗门牙断掉。认为宜家的产品不符合行业标准,存在严重缺陷,为此王女士将北京西红门宜家家居有限公司告上法庭,要求退还购物款3.9元、双倍赔偿购物款,赔偿原告医疗费、后续治疗费、残疾赔偿金、精神损害抚慰金等共计100万余元。今天上午,该案在大兴法院开庭。

事件 喝水时水杯突然爆裂

原告王女士诉称,2016年6月20日凌晨4点左右,她起床后到厨房喝水,在玻璃水杯中倒入凉开水后准备饮用,杯子刚举到嘴边时,突然爆裂,将她当场炸晕,失去知觉。醒来后,王女士感觉疼痛加剧,摸到嘴角流血,照镜子后发现唇下有深深的伤口,一颗门牙断了。北京口腔医院诊断记录显示,王女士就医时意识清晰,但右下唇肿大,唇内可见2.0×1.5厘米的创伤面,一颗门牙的牙冠折断露髓。

由于唇内伤口较深,医生做缝合4针处理,受损门牙试行RCT+冠修复。王女士称,此事件所幸未伤及眼睛,自受伤至今,先后去医院就诊共计十二次,经历包括面部清创及缝合(面部缝4针),门齿断牙多次根管治疗及后续修正装冠,各种检查以及外伤治疗,以及面部疤痕修复治疗等等。此外,因爆炸产生失眠、焦虑、惊惧等症状,亦有数次前往寻求心理辅导。后续仍需面临包括侧牙隐裂甚至根管治疗装冠,面部疤痕修复,患牙牙冠替换等等诸多问题。

王女士表示,这只玻璃杯是她1年前从北京宜家西红门店买的,一直当水杯正常使用,品名斯黛纳。

“我至今对玻璃制品都十分敏感且畏惧,甚至对透明玻璃电梯或者商品展示橱窗等都敬而远之。”身为珠宝设计师的王女士说,自己现在不能打磨类似于玻璃的宝石,因此不能正常工作。

原告出示3份证人证言

据了解,王女士遭遇的宜家水杯爆炸并不是第一例,原告出示了3份证人证言,3人都声称,从宜家购买的玻璃杯发生了自爆情况。

一份是耿先生的证言,他说,2014年8月29日,开有一家餐馆的耿先生从宜家四元桥店购买了50个博克尔玻璃杯,当天晚上8点多,其中一个杯子在未使用、无高温等没有任何特殊条件环境的情况下,突然发生爆



原告坐在旁听席上听,自称容貌被毁,至今出行都是全副武装



原告当庭出示自爆玻璃杯的碎片,宜家称无证据证明该玻璃杯是宜家出售的
本版摄/记者 洪雪

炸,将站在旁边的一名餐厅合伙人手指刺伤了一个小口子。

王先生在证言中称,2017年2月16日早晨7点左右,其购买的宜家钢化玻璃杯当时放在桌子上,突然自爆,碎片四溅,所幸没有伤到王先生。至今,王先生因心理恐惧,都无法再使用任何玻璃制成的餐具和水杯,只能使用塑料杯子或者搪瓷杯子。

对于钢化玻璃杯产生自爆的主要原因,宜家市场部负责人接受媒体采访时曾解释称,主要来自产品运输、使用和保养过程中的外力冲击。钢化玻璃在受到外力冲击时可能在数小时或数天后才发生破裂。

宜家 原告未提供发票或收据 消费者是在漫天要价

“我们在发表正式答辩意见前,代表宜家向王女士的受伤表示同情。”一开始答辩,宜家的代理人就表示,无论

王女士是什么原因受的伤,是否与被告的产品有关系,我们从人道主义立场,表示深深的同情。

该代理人表示,正是基于此,去年,在没有核查杯子的来源以及事件因果关系,也就是只有王女士向被告报告的情况下,我们给予了王女士答复,“王女士是在漫天要价,因此没有协商解决此事”。

宜家的代理人从四个方面进行了答辩。

其表示,首先,原告没有提供证据证明杯子是在西红门宜家店购买的。能证实销售关系的是发票和收据,但是从原告提交的证据看,没有这样的单据。在诉讼发生后,我们的调查结果显示,2016年6月20日当天,宜家总共销售了28个同款的杯子,购买者为三名会员,他们都和原告王女士没有任何关系。

第二,原告现有的证据不能证明伤害是涉案的玻璃杯造成的。

宜家表示,假设涉案杯子是从被告处购买的,那么被告是否应该承担

责任呢?事发当晚的情形,只有原告一人的口述,没有客观第三方的验证,唯一的客服人员到达现场查看也是写明:顾客自述,这就没有办法证实当时发生了什么,以及玻璃杯爆裂的原因是否和原告的受伤有因果关系。

第三,被告销售的产品不存在质量问题,符合国家和企业标准。

宜家表示,事发后,宜家委托两家检测机构进行了检测,结果显示玻璃杯完全符合标准。从原告提供的一份上海市技术监督局的认定,产品无质量问题。

宜家还表示,涉案同款杯子是自2014年10月1日开始销售的,直到现在,销售总数达61万多只,但除了王女士投诉的事件外,宜家没有收到第二起自爆伤人的投诉。

综上,宜家不同意原告的诉求。

庭审争辩 涉案产品 是否从宜家购买

上午9点10分,戴着墨镜、口罩的王女士出现在法庭。原本准备和2名代理人一同坐在原告席上的王女士,在法官要求其摘掉眼镜和帽子时,她放弃了,于是走向旁听席。

法庭上,宜家提供了5组证据。事发后,宜家找到上海的两家公司,对涉案的同款杯子进行了鉴定,鉴定结果为杯子在温差200度以内,无破裂情况,因此证明涉案杯子没有任何质量问题,属于合格产品。

对此,原告方不予认可,他们认为这个鉴定是宜家单方面委托进行的。此外,标准使用的是1997年的欧洲标准,涉案产品在中国销售,“为什么要用欧洲标准?”原告方这样质疑。

“宜家已经申请了专门负责产品质量的专家出庭质证。”宜家表示。宜家提供的一组证据还显示,当天共3人购买同款杯子,其中一人买了一只,一人买了24只,还有一个买了3只,但都不是原告名字。因此被告方认为,原告的杯子不是从宜家购买的。

对此,原告方表示,王女士是宜家的会员,事发后,曾要求宜家打印其购买记录,但是遭到拒绝,“我们要求法院向宜家调取原告2016年的购买记录”。

宜家表示,从2014年至今此款玻璃杯在中国一共销售了61万多只,只有王女士一例投诉。

“我们在网上搜到了131个相关报道,都是因为玻璃杯自爆导致的投诉,不可能只有原告一例投诉。”原告方反驳称。

截至上午记者发稿时,庭审仍在进行中。

红领巾也遭恶搞? 抖音:下架视频封禁用户

本报讯(记者 王思思)有微信公众号发文称,近日,某些短视频平台出现一些以“少先队”“红领巾”等为名的注册用户,通过佩戴红领巾唱怪异歌曲,当街截停女生搭讪、搞笑、骚扰以及扮丑等行为,博取噱头,赚取流量。

4月15日上午,记者登录短视频

平台搜索发现,相关用户已经被注销。平台方称,截至目前,已封禁用户12个、重置用户1071个、下架视频23个,清查行动正在持续进行。

有公号认为,此类视频不仅损害了少先队形象,也伤害了很多人对于红领巾的感情。吸人眼球、扮丑搞怪,

污染了孩子们的成长环境。

记者注意到,该文截屏来自抖音短视频平台。记者上午查询发现,被点名的用户已经全部被封禁,目前只有九个用符号刻意隔开红领巾三个字的用户存在。

随后,记者联系到抖音平台方。相

关负责人回复称,近日有用户提醒,抖音短视频平台上存在部分不当使用红领巾符号的情况,可能对少先队形象存在潜在损害,故而其第一时间清查了相关用户账户。截至目前,已封禁用户12个,重置用户1071个,下架视频23个。清查行动正在持续进行。